



## Communication et organisation

23 | 2003

Modèles de communication Homme-Animal

---

# Laboratoire sur l'Image, les Médiations et le Sensible en Information Communication(LIMSIC)

Jean-Jacques Boutaud

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2863>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.2863

ISSN : 1775-3546

### Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

### Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2003

ISSN : 1168-5549

### Référence électronique

Jean-Jacques Boutaud, « Laboratoire sur l'Image, les Médiations et le Sensible en Information Communication(LIMSIC) », *Communication et organisation* [En ligne], 23 | 2003, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 04 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2863> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.2863

---

Ce document a été généré automatiquement le 4 mai 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

---

# *Laboratoire sur l'Image, les Médiations et le Sensible en Information Communication(LIMSIC)*

Jean-Jacques Boutaud

---

- 1 Le LIMSIC occupe une position originale au sein de la recherche en SIC et de la cartographie générale des laboratoires en France. Reconnu récemment Jeune Équipe de l'Université de Bourgogne, le LIMSIC (Laboratoire sur l'Image, les Médiations et le Sensible en Information Communication), comme il apparaît dans son intitulé, développe tout particulièrement des recherches à l'articulation :
- 2 du *sensoriel* : communiquer avec les sens et sur les sens (valorisation esthétique en information-communication)
- 3 et
- 4 du *sensible* : communiquer selon les formes, les modes, les relations, spécifiques d'un contexte, d'une culture, d'une époque (valorisation esthétique et éthique, de l'information-communication)
- 5 Ces dimensions sensorielles et sensibles sont analysées à travers divers modes de médiations (visuelles, spatiales, corporelles, techniques, etc.), sous la pression dominante d'activités multimodales et symboliques en information-communication.

## **Intitulé du laboratoire et spécificité de la recherche en information-communication**

- 6 LABORATOIRE Le LIMSIC est une Jeune Équipe de douze
- 7 enseignants chercheurs, un post-doc et d'une dizaine de doctorants qui travaillent sur (l')  
IMAGE
- 8 Il faut entendre ici l'image dans ses différentes acceptions :

- 9 • image comme **représentation visuelle** dans le champ de l'information-communication
- 10 • image comme **complexe multimodal**, combinant des propriétés iconiques et des propriétés textuelles (syncrétisme visuel) et associant, au besoin, d'autres modes de manifestation (sonore, tactilo-motrices) dans un contexte d'iconisme global
- 11 • image comme **représentation mentale et affective**, conjuguant les dimensions sensibles et intelligibles de la perception (visuelles, affectives, cognitives et pragmatiques par embrayage de l'image à des séquences narratives ou des schèmes d'action)

## 12 (les) MÉDIATIONS

13 Les processus d'information et de communication se construisent à travers de multiples médiations que le LIMSIC aborde sous différents angles de recherche :

- 14 • les **médiations sensorielles**, sensibles, impliquant le corps et la sensorialité. les dimensions spatio-temporelles de la communication
- 15 • les **médiations techniques** et les supports d'information-communication qui agissent sur les processus d'interaction et de signification
- 16 • les **médiations sociales et symboliques**, qu'elles soient médiatiques ou non. privées ou publiques, dans une perspective micro ou macro-sociale de communication.

## 17 (et le) SENSIBLE

18 L'univers sensible de l'information-communication comprend à la fois :

- 19 • une **dimension esthétique** : communiquer avec les sens et sur les sens
- 20 • une **dimension esthétique** : mettre en forme toute communication, à l'intérieur d'un espace à la fois matériel et symbolique, établir une relation multiforme partant du principe que toute communication est mise en forme d'un échange, d'une usage, d'une pratique : qu'il s'agisse des formes d'un dispositif, de messages, d'interactions humaines et homme-machine, voire machine-machine, la place de l'acteur et du sujet y est centrale. L'esthétique de la communication analyse le cadre formel, statique et dynamique, de ces échanges.

21 en

## 22 INFORMATION et COMMUNICATION

23 Le LIMSIC est une Jeune Équipe de l'Université de Bourgogne, en Sciences de l'Information et de la Communication. Ses objets de recherche relèvent explicitement des Sciences de l'Information et de la Communication, avec une vocation interdisciplinaire (sémiotique, anthropologie de la communication, psychologie sociale, psychologie cognitive, ergonomie, éthologie).

# Principales thématiques de recherche

## Modes et mondes sensoriels en communication

24 Il faut distinguer, en termes de recherche :

- *ce qui relève des sens dans la communication* : il peut s'agir d'un sens à part entière (l'un des cinq sens, mais aussi un « sixième » sens comme l'empathie, où des sens « discrets » comme le sens génésique dont parle Brillat Savarin pour la convivialité ou le sens thermique, dans certaines situations de communication). Dans l'environnement institutionnel, culturel et professionnel de la Bourgogne, il va de soi que le goût tient une place particulière dans les

recherches du LIMSIC, sans occuper, pour autant, une place exclusive. Il peut s'agir aussi de recherches sur le polysensoriel, le multimodal, tant les sens coopèrent en information-communication. L'analyse d'espaces de représentation ou des nouvelles possibilités multimédias participent de cette dynamique de recherche.

- *ce qui relève de la communication sur les sens* : il s'agit cette fois d'analyser les discours ou les métadiscours sur les sens eux-mêmes. Le sens devient dès lors objet de représentation, de figuration. Là encore la recherche peut se concentrer sur un sens ou sur la médiation du polysensoriel dans les activités de communication

- 25 Les deux niveaux de recherche (*avec les sens ou sur les sens*) sont bien sûr étroitement liés. Le LIMSIC a organisé, avec le concours de l'ANVIE, quatre journées de perspectives, avec les grandes entreprises françaises, sur ces thématiques innovantes de recherche (mars et octobre 2003). Au-delà on trouvera en fin d'article, des références plus directes à la production scientifique récente du LIMSIC.
- 26 La dimension sensible des médiations techniques L'une des dimensions encore peu explorée est celle de la sensorialité et, plus globalement, de l'activité sensible dans les formes et les usages de la médiation technique. Question essentielle pour la communication, dans les termes de la relation homme-machine, de l'interactivité, de l'ergonomie et de l'esthétique fonctionnelle. La dimension sensible des médiations techniques est un champ de recherche réinvesti par le LIMSIC, dans deux directions :
- 27 Se pose déjà la question d'une **communication spécifique pour les objets sensoriels**, polysensoriels, ou les univers construits autour d'une ou plusieurs polarités sensorielles : comment, par exemple, promouvoir un vin ou un parfum sur un serveur ou un cédérom ? Est-ce que les possibilités du multimédia et de l'interactivité offertes par la technologie numérique et audiovisuelle peuvent améliorer les qualités et les performances de la communication des objets et des univers à dominante sensorielle ? Le LIMSIC ouvre un espace interdisciplinaire de réflexion, d'étude et de recherche (psychologie cognitive, informatique, sémiotique, éthologie et anthropologie de la communication).
- 28 – se pose aussi la question de **l'évaluation et de la spécification des médiations techniques en vue de leur adaptation à l'usage** (tâche, utilisateur, environnement). Il peut s'agir de *l'étude d'interfaces homme-machine*, en situation d'utilisation, à l'aide d'un laboratoire d'observation spécifique acquis par le LIMSIC, avec le soutien de la Région Bourgogne. Un autre plan de recherche concerne *les systèmes de recherche d'information (SRI) interactifs* : nous ne savons guère évaluer, encore aujourd'hui, les performances de recherche d'information en contexte, du point de vue même des utilisateurs et de leurs pratiques sur ordinateur. Dépassant une approche instrumentale des systèmes, le LIMSIC développe une recherche « intégrative ». soucieuse de prendre en compte les processus de cognition située et distribuée, en contexte pragmatique. La place de l'utilisateur, en situation, y est centrale. Une démarche redevable aux sciences cognitives et sociales, à l'ergonomie et à l'informatique dans le champ de l'information et de la communication.

## Formes et figures sensibles

- 29 Dans une perspective sémiotique, anthropologique et esthétique en information-communication, on peut définir la figure sensible, comme un ensemble de traits discursifs (textuels, visuels), matériels (objets, dispositifs spatio-temporels), physiques (corps en action, en représentation), comportementaux (relations sociales, rôles sociaux) qui se condensent pour former un bloc homogène de représentations aux dimensions à la fois

figurales (visuelles, iconiques) et figuratives (du sensoriel au sensible, de l'activité des sens aux formes du sens). Au-delà d'une rhétorique d'époque, elles fondent et révèlent une véritable esthétique d'époque qui se configure autour de noyaux de représentations, de formes émergentes dans l'espace social/Le LIMSIC mène des recherches sur des figures sensibles comme la *transparence*, le *mobile* ou le *nomade*, la sensation extrême (*X-trême*), le *mutant*. Le *gourmand* et la commensalité, le *bien-être* et la convivialité dessinent là encore les contours de figures sensibles particulièrement étudiées par le LIMSIC.

- 30 Ouvertures en communication organisationnelle
- 31 Les processus d'élaboration et de partage de sens sont caractérisés par une complexification croissante qui concerne les interactions fonctionnelles et symboliques dans – et autour des– organisations. Une approche articulant les apports de la psychologie sociale et de la sociologie permet d'appréhender le sens que les acteurs attribuent, en termes de représentations, de valeurs et d'identités, aux changements, à l'organisation elle-même, aux métiers et professions, à la nature du travail, aux démarches de projet, etc..
- 32 Les trois thématiques évoquées (mondes sensoriels, modes sensibles des médiations techniques, formes et figures sensibles) peuvent être abordés transversalement dans le contexte de la communication organisationnelle.

## Les membres du LIMSIC

- 33 Jean-Jacques BOUTAUD, professeur des universités, directeur Nabil BEN ABDALLAH, maître de conférences Jacques BONNET, professeur des universités
- 34 Rosette BONNET, maître de conférences habilitée à diriger des recherches
- 35 Stéphane CARO, maître de conférences
- 36 Laurence FAVIER, maître de conférences
- 37 Jean-Marc FICK, maître de conférences
- 38 Jacques IBANEZ BUENO. maître de conférences
- 39 Luc JAECKLE. maître de conférences
- 40 Pascal LARDELLIER. professeur des universités
- 41 Fabienne MARTIN-JUCHAT, maître de conférences
- 42 Philippe RICAUD, maître de conférences
- 43 Karine TINAT, docteur en sciences de l'information et de la communication

## Ouvrages parus et à paraître en 2003

- 44 Jacques et Rosette Bonnet, *Nouvelles logiques, nouvelles compétences des cadres et des dirigeants. Entre le rationnel et le sensible*, L'Harmattan Jean-Jacques Boutaud, *L'imaginaire de la table*, L'Harmattan Jean-Jacques Boutaud, Claude Leboeuf et François d'Hauteville, *Communiquer le sensoriel*. Dunod
- 45 Jean-Jacques Boutaud et Pascal Lardellier, *Sémio-anthropologie du sensible*. Degrés
- 46 Jean-Jacques Boutaud et Michel Costantini, *Les Nourritures terrestres*.
- 47 EIDOS-L'Harmattan

- 48 Pascal Lardellier, *À fleur de peaux*, Belin.
- 49 Pascal Lardellier, *Théorie du lien rituel*, L'Harmattan
- 50 Pascal Lardellier, *Les miroirs du paon*, Champion-Slatkine
- 51 Pascal Lardellier, *Violences médiatiques*, L'Harmattan.